



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS SYIAH KUALA**  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111  
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)

---

## **ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH**

### **TITLE**

**PENGARUH PRODUK DAN BAURAN PROMOSI WISATA TERHADAP CITRA (IMAGE) DESTINASI DAN DAMPAKNYA PADA NIAT WISATAWAN UNTUK MELAKUKAN KUNJUNGAN ULANG KE PROVINSI ACEH**

### **ABSTRACT**

Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah keinginan untuk menjadikan industri pariwisata di Aceh menjadi industri yang berkelanjutan dengan mendorong wisatawan yang telah mengunjungi Aceh berniat untuk melakukan kunjungan ulang. Salah satunya adalah dengan menampilkan produk wisata yang menarik, melakukan bauran promosi yang tepat, dan menampilkan citra (image) destinasi yang positif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran kepariwisataan di Provinsi Aceh, dan mengetahui seberapa besar pengaruh produk dan bauran promosi wisata baik secara parsial maupun simultan terhadap citra (image) destinasi dan dampaknya pada niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke Provinsi Aceh.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah pengaruh produk dan bauran promosi wisata terhadap citra (image) destinasi dan dampaknya pada niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke Provinsi Aceh, dengan jumlah responden sebanyak 170 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran kepariwisataan Aceh belum mendapatkan respon yang cukup baik dari wisatawan, kemudian produk atraksi, produk sarana prasarana, dan bauran promosi wisata berpengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap citra (image) destinasi. Ketiganya juga mempunyai pengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Produk atraksi, produk sarana prasarana, dan bauran promosi wisata juga berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang apabila melalui citra (image) destinasi.

Variabel yang dominan mempengaruhi niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang adalah produk atraksi wisata, hal ini karena alasan yang melatarbelakangi para wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata umumnya adalah untuk mengunjungi produk atraksi wisata yang tersedia.

Kata kunci : produk atraksi; produk sarana prasarana; bauran promosi ; citra (image) ; niat melakukan kunjungan ulang ; pariwisata